Fonds social européen en France

Campagne de Communication

Point d'étape 1

mai - décembre 2002

Ministère des affaires sociales, du travail et de la solidarité

COMMISSION EUROPÉENNE
Fonds social européen

Le FSE en campagne

Dans le cadre de la nouvelle période de programmation, une campagne nationale d'information et de sensibilisation sur les actions soutenues par le FSE est en cours (2002/2004). Cette campagne vise à mieux valoriser l'intervention du FSE en France auprès des bénéficiaires afin de rendre plus concrète l'Europe sociale. Le dispositif mis en place prévoit une implication de tous les acteurs, au plan national et régional, des partenaires institutionnels aux porteurs de projets.
Un double niveau d'action sera favorisé tout au long de la période de communication, donnant ainsi aux Drtefp la possibilité de "personnaliser" la campagne au niveau régional.

En amont de la campagne, les référents nationaux et les relais régionaux ont été informés et associés à la préparation du dispositif de communication. Un premier document de présentation des principes de la campagne FSE a donc été diffusé en ce sens aux membres des Comités de suivi des programmes nationaux et aux Préfets de région en mai et juin 2002.

Depuis l'été, la diffusion d'un kit de communication et d'une synthèse du rapport annuel 2001, la réalisation des premiers outils de communication pour contribuer à la relance de la programmation ont permis de poser les bases du dispositif de communication en interne et en externe. L'ensemble des travaux et outils finalisés, ou en cours d'élaboration (édition, soutien aux régions, campagne de presse, plan media...), sont présentés ici succinctement.

Ce document est destiné à informer les partenaires institutionnels nationaux et régionaux de l'avancée de la campagne FSE. Il est diffusé à l'occasion de la réunion des Comités nationaux de suivi Equal (26 novembre 2002) et Objectif 3 (10 décembre 2002).

Les Forums Europemploi 2002 en régions

Au plan régional, après le Nord Pas-de-Calais et le Midi-Pyrénés en juin 2002, trois régions ont organisé des Forums Europemploi au cours du dernier trimestre 2002, l'Alsace, le 29 octobre, l'Ile-de-France, le 25 novembre et la Provence-Alpes-Côte d'Azur le 6 décembre.

I - Lancer la campagne en interne et auprès des institutionnels

La réussite de la campagne passe par l'appropriation des différents dispositifs de campagne par les relais FSE au niveau national et régional. Au cours du second semestre 2002 ont été assuré, une enquête sur les attentes régionales en matière de communication pour affiner le dispositif de campagne, le lancement interne, l'accompagnement de la relance de la programmation avec la réalisation des premiers outils d'édition.

1 - Le lancement interne de la campagne

La communication repose sur le principe d'une information progressive des acteurs impliqués dans la mise en œuvre du FSE, à commencer par le personnel interne. Dans ce cadre, deux actions marquantes ont été menées à la rentrée 2002 :

> La publication du kit de communication

Le kit "Campagne FSE, mode d'emploi" a été conçu de manière à apporter les repères nécessaires à la réussite de l'ensemble des actions au niveau national et régional. Sous forme de fiches, le kit rappelle les grandes orientations stratégiques de la campagne. Il décrit les ressources mises à la disposition des Drtefp pour les soutenir tout au long de la période de communication, présente l'identité visuelle de la campagne et la manière de la décliner au niveau régional. Le CD-Rom du kit donne tous les outils utiles à cette déclinaison.

> L'organisation de la réunion des correspondants régionaux communication et FSE (octobre 2002)

A l'occasion de cette réunion, une présentation détaillée et privilégiant les aspects pratiques du dispositif de campagne a été faite aux participants : résultats du pré-test de la campagne, présentation de la nouvelle identité visuelle de la campagne, premiers travaux d'édition, modes opératoires propres au Forum des projets et au dispositif de soutien proposé à chaque région pour contribuer à relancer la programmation. Le kit de communication "campagne FSE, mode d'emploi" leur a été remis au cours de cette rencontre.

2 - L'accompagnement de la relance de la programmation

Dans un premier temps, les visites organisées en Alsace, Bourgogne, Nord Pas-de-Calais et Ile-de-France, puis l'analyse du questionnaire envoyé au printemps à toutes les régions, ont permis de mieux cerner les besoins de celles-ci. Le dispositif de communication a été infléchi dans ce sens.

Au regard de ces premiers contacts avec le terrain, et au moment de la relance de la programmation, il a été également jugé opportun de proposer aux Drtefp un soutien spécifique pour la réalisation de différentes actions ponctuelles (Forum Europemploi, édition de documents, soutien media...) et de mettre à disposition des régions différents documents d'édition.

> Le soutien et l'accompagnement de la campagne

Le dispositif de soutien prévoit la mise à disposition des Drtefp d'une assistance opérationnelle ou en conseil pour le montage de leurs actions de communication. Les Drtefp pourront, selon un mode opératoire précis, faire appel à l'agence de communication BBDO Corporate pour organiser ou structurer leurs relations presse locales, obtenir un soutien dans le montage d'opérations à caractère événementiel ou en édition.

A la demande des Drtefp, l'agence interviendra à différents niveaux : conseil événementiel (animation, signalétique, formalisation des contenus...), aide à la rédaction et à la mise en page de documents d'information (brochures, dossiers de presse...), conseil media, etc.

Le soutien aux régions : l'exemple de l'Alsace

Le 29 octobre 2002, la région Alsace organisait un Forum Europemploi. La Drtefp souhaitait annoncer cet événement dans la presse régionale. A partir d'un texte rédigé initialement par la Drtefp, BBDO Corporate a été sollicité en soutien rédactionnel et graphique. Un texte et trois propositions graphiques ont été faites à la Drtefp. Un communiqué de presse, privilégiant le message écrit, a été in fine publié dans deux quotidiens régionaux, l'Alsace et les Dernières Nouvelles d'Alsace le 29 octobre. Cette insertion dans la presse régionale était prise en charge dans le cadre de la campagne FSE.

> Les documents d'édition

Pour permettre aux relais et aux partenaires du FSE, au niveau national et régional, de mieux sensibiliser et soutenir les porteurs de projet, deux documents d'information à destination des publics prioritaires, les entreprises et les associations, sont prévus et en cours de réalisation.

Le document "Entreprises" sera une illustration de la volonté de créer des synergies dans la réalisation d'outils au plan régional et national. En effet, ce document réalisé initialement par la Drtefp Alsace a été adapté et sera déployé au niveau national. Par ailleurs, un document transversal sur l'égalité des chances entre les femmes et les hommes est aussi en cours. Ils seront largement diffusés tout au long de la campagne de communication et, pour les Drtefp qui le souhaitent, déclinables pour une utilisation régionale.

3 - La valorisation des projets FSE

La synthèse du rapport annuel, et la création d'un Forum des projets constituent deux points forts du dispositif de communication pour favoriser le partage d'expériences et le travail en réseau et témoigner des actions co-financées par le FSE.

> La synthèse du rapport annuel et ses déclinaisons régionales

Une synthèse du rapport annuel 2001 des programmes du FSE accompagnée de vingt-six déclinaisons régionales a été diffusé fin novembre. Elle rend compte de la programmation FSE au niveau national et régional. Les actions FSE sont présentées par axe. Un système graphique de "Repères" donne au lecteur la possibilité d'en savoir plus sur le contexte, un principe de fonctionnement, d'évaluation... (ex : la stratégie européenne de l'emploi, le mainstraiming, le système de suivi, ...).
Cette synthèse est diffusée aux relais et partenaires institutionnels du FSE au plan national et régional en novembre 2002.

> Le Forum des projets

Le Forum des projets, en cours de création, sera une vitrine des actions soutenues par le FSE. Les Drtefp, le pôle territorial du Département FSE, les chargés de mission Racine ainsi que l'agence BBDO Corporate sont impliqués dans la mise en place et l'animation de ce Forum. D'ici mars 2003, environ trois cents projets représentatifs de son action, au niveau national et régional, seront accessibles à partir d'une base de données consultable sur le site internet du ministère des Affaires sociales, du Travail et de la Solidarité. Par la suite, une sélection restreinte de projets fera l'objet d'une forte médiatisation.

II - Élargir la communication vers les bénéficiaires

La première phase de la campagne se poursuit jusqu'en mars 2003. Valoriser auprès d'un public élargi l'engagement et les grands domaines d'intervention du FSE, permettre aux porteurs de projets de sensibiliser les bénéficiaires du fonds à son action constituent deux des objectifs de communication de cette première période.

1 - Une campagne de presse nationale

La campagne a été globalement très bien accueillie, dans le cadre du pré-test organisé à Dijon en mai 2002, par les deux publics-cible : un groupe de partenaires institutionnels du FSE et un groupe de porteurs de projets, bénéficiaires du fonds.
Fin août, une sélection de personnages représentatifs des publics FSE (chômeur, chef d'entreprise, représentant du milieu associatif..) suivie d'une prise de vue a permis d'effectuer les ajustements nécessaires, indiqués par les résultats du pré-test de la campagne.

Une première vague media entre mars et avril 2003 permettra d'informer l'ensemble des partenaires impliqués dans la mise en œuvre des projets cofinancés par le FSE à travers la presse professionnelle et institutionnelle : élus et cadres territoriaux, organismes de formation, structures à caractère social (organismes sociaux, associations, organisations non gouvernementales...), PME/PMI et TPE. Le plan média est en cours d'élaboration.

2 - L'actualisation du site internet

Au cours du premier trimestre 2003, une information synthétique sur le FSE (son histoire, son organisation, ses missions...) et plus largement sur la stratégie européenne de l'emploi sera proposée sur le site internet du ministère des Affaires sociales, du Travail et de la Solidarité. Les publications du FSE et les documents de campagne seront téléchargeables et des rubriques par thème (égalité des chances entre les femmes et les hommes) ou par public (associations) seront progressivement ouvertes.

L'internaute aura également accès au Forum des projets dont la base de données sera progressivement enrichie de nouveaux projets. L'internaute pourra interroger cette base par nom de région, par public, par pilier de la stratégie européenne...

3 - La communication à destination des bénéficiaires finaux

Au cours du premier trimestre 2003, un document d'information à destination des bénéficiaires des actions sera mis à la disposition des porteurs de projet. Ce document leur permettra de répondre à l'obligation réglementaire de communiquer pour mieux informer leur public des actions conduites au titre du FSE et mieux faire comprendre le rôle de l'Europe sociale.

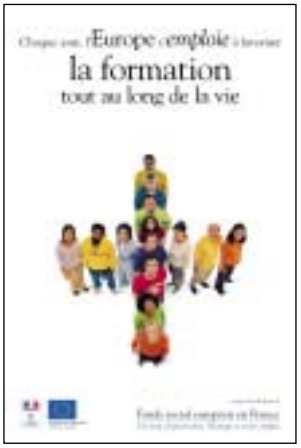
A la fin de cette première phase de communication, le comité de pilotage de la campagne procédera à un point intermédiaire des actions menées jusque là et permettra d'ajuster le plan de communication pour la seconde phase de la campagne (mars 2003-mars 2004).

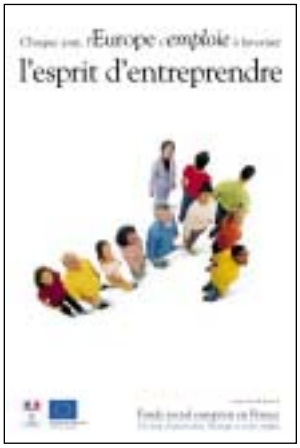
Les outils de communication réalisés en 2002

Dans le cadre de la campagne, plusieurs outils de communication ont déjà été réalisés et diffusés auprès des relais et partenaires du FSE.
Pour chaque document, le principe graphique des figures géométriques placées autour d'une étoile est utilisé. Les piliers fondateurs de la stratégie européenne pour l'emploi (l'adaptabilité, l'esprit d'entreprise, l'égalité des chances, l'insertion professionnelle) prolongent cette étoile et structurent l'ensemble. Un code couleur a également été déterminé de manière à distinguer les documents institutionnels (le bleu), des documents d'information par public-cible (le vert), des documents destinés à l'interne (le jaune).

La campagne nationale

Affiches génériques de la campagne 2002. La première affiche précise l'action du FSE en faveur de l'emploi, la seconde le rôle de l'Europe en faveur de la formation et de l'emploi.

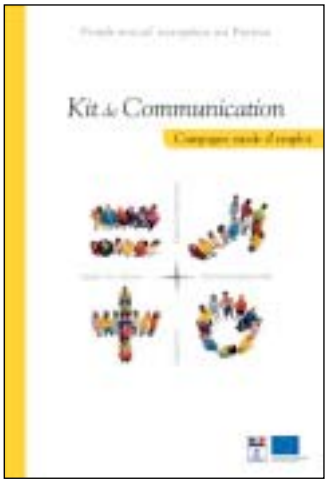




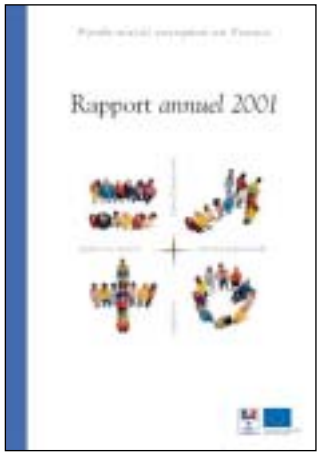
Affiches par pilier stratégique : le signe "égal" pour l'égalité des chances, le "plus" pour valoriser les apports de l'adaptation, la flèche pour symboliser la croissance, la ronde pour symboliser l'intégration et l'insertion.

Les outils nationaux

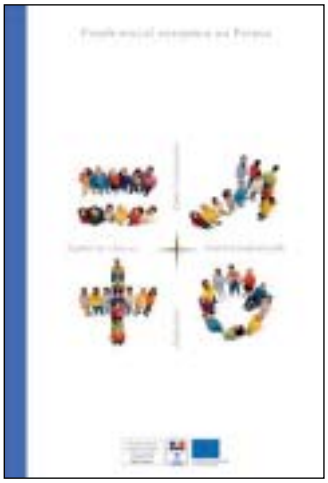
Brochure d'information à destination des Préfets de région et des partenaires institutionnels du FSE
Cette brochure de 8 pages présente les principes à grandes phases de la campagne de communication.
Diffusion : mai 2002



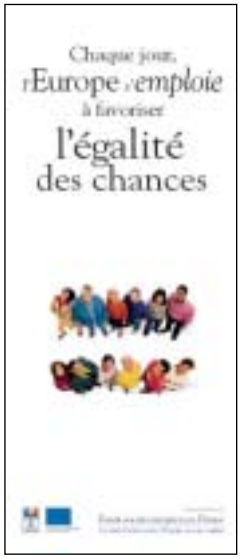
Kit de communication "Campagne FSE, mode d'emploi".Ce kit comprend des fiches pratiques et un CD-ROM pour permettre aux Drtefp d'exploiter la campagne.
Diffusion : 8 novembre 2002



Synthèse du rapport annuel 2002 et ses 26 déclinaisons régionales.
Diffusé en novembre 2002, il résume la programmation FSE au niveau national (48 pages) et régionale (4 pages par région).
Diffusion : fin novembre 2002



Chemise générique à rabat.
Le dos de cette chemise précise les contacts en région et est à disposition des Drtefp sur demande.
Diffusion : fin novembre 2002

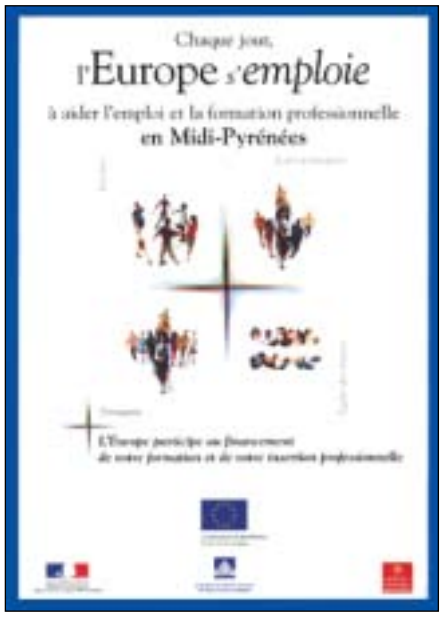


Modules d'exposition reprenant les visuels de la campagne. Destinés à l'animation d'une rencontre (Forum, salon...), ils sont à la disposition des Drtefp qui en font la demande. Disponible dès novembre 2002.

La déclinaison régionale de la campagne

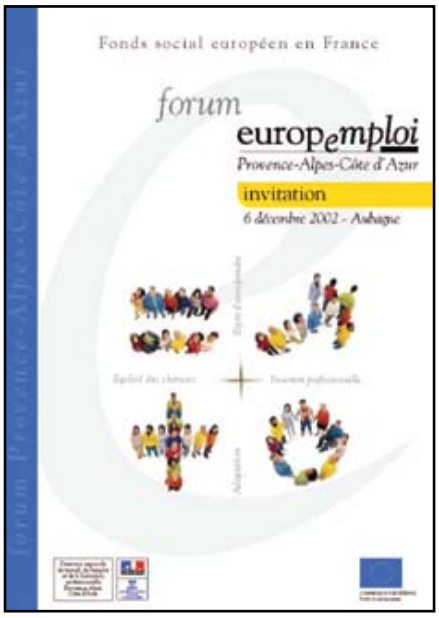
La campagne de communication a été conçue de manière à pouvoir être déclinée en région. Plusieurs Drtefp ont déjà créé leurs propres outils de communication en utilisant la signalétique nationale.

Programme d'animation pour la région Nord Pas-de-Calais. La nouvelle identité visuelle reprend le principe de l'étoile et prolonge le principe graphique initial du FSE permettant ainsi de conserver la cohérence des différentes actions de communication.



Brochure d'information conçue par la région Midi-Pyrénées à destination des bénéficiaires du FSE. Ce document utilise le principe d'identité visuelle de la nouvelle campagne (avant prise de vue).

Invitation et programme au Forum Europemploi de la région Ile-de-France (25 novembre). Le code couleur "vert" recommandé pour une communication à destination des publics-cibles (journalistes, associations, entreprises) est ici adopté.



Invitation et programme au Forum Europemploi de la région Provence – Alpes - Côte d'Azur (6 décembre). Un exemple possible de déclinaison de l'identité visuelle de la campagne.

La déclinaison régionale de la campagne : l'exemple alsacien

Le 29 octobre dernier, la région Alsace organisait son Forum Europemploi. A cette occasion, un communiqué de presse ainsi que plusieurs documents d'édition ont été créés.

Forum Europemploi
Sélestat, mardi 29 octobre 2002

Communiqué annonçant le Forum Europemploi organisé par la Drtefp Alsace. Ce communiqué a été publié le 29 octobre dans Les Dernières nouvelles d'Alsace et l'Alsace.

La Drtefp met à disposition de ses différents publics différents documents d'information :

- La brochure institutionnelle (1) présente le FSE, ses missions, son fonctionnement, son utilité....
- Les associations (2) et les entreprises(3) ont accès à une information spécifique. Ces deux documents privilégient l'aspect pratique pour pouvoir bénéficier du FSE.
- Un document (4) s'attache à expliquer les procédures propres au FSE pour pouvoir bénéficier de son aide.
- Enfin, une brochure très pédagogique (5) est destinée aux bénéficiaires ultimes du FSE.

Fonds social européen en Alsace

Couverture générique pour les brochures par public

L'Europe sociale

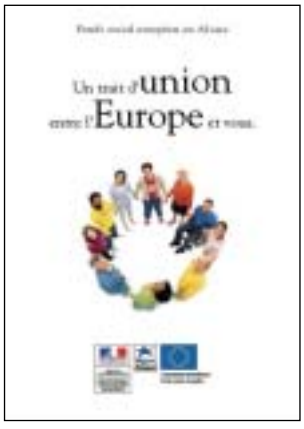
1

2

3

Une procédure allégée

4


Un trait d'union entre l'Europe et vous.

5

Travailler
Moderniser
Entreprendre
Traverser
Investir

pilotage

Ministère des Affaires sociales, du Travail et de la Solidarité

Dagemo
Bureau de la communication externe
Philippe Rabanes - Claire Marillier
Tél. : 01 44 38 38 89
claire.marillier@dagemo.travail.gouv.fr

Dgefp
Département FSE
Dominique Jérémiasz
Tél. : 01 44 38 30 26
dominique.jeremiasz@dgefp.travail.gouv.fr

assistance technique

Racine
Fernanda Mora-Canzani
Tél. : 01 44 08 65 10
mora@racine.fr

agence

BBDO Corporate
Thierry Herrant
Tél. : 01 46 09 47 62
therrant@bbdocorporate.fr

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère des affaires sociales, du travail et de la solidarité

COMMISSION EUROPÉENNE
Fonds social européen

www.travail.gouv.fr/fse

Fonds social européen en France

Un trait d'union entre l'Europe et votre emploi.